

¿Comercio justo?	Título
BASE Investigaciones Sociales - Autor/a;	Autor(es)
Asunción	Lugar
BASE Investigaciones Sociales	Editorial/Editor
2005	Fecha
	Colección
Productores; Comercio;	Temas
Doc. de trabajo / Informes	Tipo de documento
http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Paraguay/base-is/20120917054427/comercio.pdf	URL
Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 2.0 Genérica http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.es	Licencia

Segui buscando en la Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO
<http://biblioteca.clacso.edu.ar>

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)
Conselho Latino-americano de Ciências Sociais (CLACSO)
Latin American Council of Social Sciences (CLACSO)
www.clacso.edu.ar



Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales
Conselho Latino-americano de Ciências Sociais
Latin American Council of Social Sciences



¿Comercio Justo?

BASE-IS, BASE Investigaciones Sociales, Asuncion, Central, Paraguay

Libre Comercio no es Comercio Justo. Al revs, el libre comercio atenta contra el comercio justo.

El mercado no es neutral, es un instrumento economico que puede servir para construir o destruir. Para destruir si est controlado por las grandes empresas, para construir si propicia un intercambio justo de productos y servicios.

Hoy quienes controlan los mercados controlan el mundo

Quienes intervienen en un programa de comercio justo

Existen tres actores o sujetos que rigen la economía global: **productores, distribuidores o intermediarios y consumidores**. Los productores que más valor aportan al ciclo son los más explotados, son los 2.000 millones de trabajadores-productores del Tercer Mundo, cuyo salario ronda entre uno y tres dólares al día. El Comercio Justo es un tipo de comercio que surge de una nueva relación, libre, directa y honesta (no fraudulenta) entre **tres nuevos sujetos económicos**: los productores en vías de empobrecimiento, los consumidores solidarios y los intermediarios sin ánimo de lucro.

El ALCA y los Tratados de "Libre" Comercio (TLCs) expresan exactamente lo opuesto al comercio justo y no tiene nada de libre comercio, ya que los grandes productores, las multinacionales a la exportación e importación y las cadenas mayoristas de distribución controlan el mercado.

Al menos 2000 millones de pequeños productores	No más de 200 grandes empresas comercializadoras	6000 millones de consumidores
--	--	-------------------------------

Es posible en estas condiciones un comercio justo?

El Comercio Justo es un enfoque alternativo al comercio convencional internacional. Es una asociación de comercio que busca un desarrollo sostenible para l@s productor@s excluid@s y desfavorecid@s. Busca proveer unas mejores condiciones comerciales a través de campañas y sensibilización. Igualmente busca una relación, libre, directa y honesta entre tres sujetos económicos:

- **El Productor Asociado:** se une en cooperativas con un proyecto solidario de economía social alternativa como medio de transformación de la sociedad;

- **El Consumidor responsable, solidario:** es consciente del poder de su consumo para elegir determinados productos elaborados con dignidad por productores asociados y excluidos de los grandes circuitos del comercio; y
- **El Mediador, distribuidor o intermediario son ánimo de lucro:** su papel consiste en difundir en el mercado local e internacional los productos y mercancías elaboradas por los productores asociados, sin ánimo de lucro y con intención de favorecer el Comercio justo.

Características del Comercio Justo

Existen tres **condiciones básicas** que deben ser cumplidas para definir una transacción como Comercio Justo.

1. Debe existir una relación directa entre productores y consumidores, evitando al máximo los intermediarios o especuladores.
2. Se debe practicar el “precio justo” que permita al productor y a su familia vivir dignamente de su trabajo.
3. Establecer relaciones y contratos a largo plazo basados en el respeto mutuo.

Objetivos del Comercio Justo

- Mejorar la subsistencia y bienestar de los productores mejorando el acceso al mercado, reforzando las organizaciones de los productores, pagando un precio mejor y proporcionando continuidad en la relación comercial.
- Promover oportunidades de desarrollo para productores desfavorecidos, especialmente mujeres e indígenas, y proteger a los niños de la explotación en los procesos de producción.
- Fomentar la concienciación entre los clientes, de los efectos negativos sobre los productores del comercio internacional, de manera que puedan ejercer su poder adquisitivo de una manera positiva.
- Establecer un ejemplo de asociación en el comercio a través del diálogo, la transparencia y el respeto.
- Hacer campañas a favor de los cambios en la normativa y práctica del comercio internacional convencional.
- Proteger los derechos humanos promoviendo la justicia social, unas prácticas medioambientales sólidas y una seguridad económica.

Ventajas del Comercio Justo frente al comercio convencional

Es indudable que **las ventajas para los productores son muchas** y de diversa índole.

- **Tienen acceso directo al mercado**, que no habría sido posible en otras circunstancias. Gracias al acceso directo al mercado, suelen también encontrar salidas en el comercio tradicional gracias a las ferias donde exponen.
- **Se garantiza un precio justo a los productores**, que deciden cómo repartir la **bonificación** pagada por el Comercio Justo en función de los intereses de la comunidad. Muchos intervienen para mejorar el producto, para mejorar la capacidad financiera, técnica o administrativa de su organización, para mejorar explotaciones o construcciones edilicias. Otros dedican la bonificación a la educación, salud, vivienda, asuntos sociales, etc. A veces, cuando los precios son especialmente bajos, la prima o bonificación es el elemento que permite a la familia del productor evitar el hambre o el éxodo rural.
- **La mayor parte de los productores venden tan solo una pequeña parte de su producción al Comercio Justo**. El resto se venden en el mercado tradicional según las condiciones de éste. Sin embargo, el simple hecho de que una parte aunque pequeña de la producción se pague a un precio más alto, tiene frecuentemente un efecto dominó en el resto de la producción. La parte comprada a buen precio por las organizaciones de Comercio Justo, reduce el volumen de productos disponibles y obliga a los intermediarios a ofrecer precios más altos para obtener las cantidades que quieren. Esto quiere decir que no sólo los productores que tienen la suerte de vender su producción al Comercio Justo obtienen precios más altos, sino que los demás, igual de marginados, también se benefician de la existencia del Comercio Justo.
- Hay sin embargo un hecho sorprendente: **para muchos productores, el aspecto más importante del Comercio Justo no es el precio justo, sino la prefinanciación que les aseguran las organizaciones de Comercio Justo**. Esta ventaja es crucial para los pequeños productores porque así pueden comprar los materiales necesarios para la producción y sobrevivir hasta la cosecha sin tener que acudir a un usurero y caer en el círculo vicioso del endeudamiento.
- Del mismo modo, **el pago garantizado es muy importante que se haga por adelantado o inmediatamente a la entrega del producto**. La mayor parte de los pequeños productores han tenido malas experiencias con intermediarios que hacen pedido y nunca compran el producto acabado o que se niegan a pagar el precio convenido. La estabilidad de la producción y, por tanto, de los ingresos y la garantía de una relación a largo plazo, es la mayor ventaja para los productores y les permite planificar algo su porvenir.
- **Estas garantías adicionales de Comercio Justo hacen que muchos productores permanezcan fieles a su cooperativa** aún cuando los precios suben y los intermediarios les ofrecen precios más altos que ésta. Saben que, cuando el precio del producto vuelva a caer, no podrán contar con que los intermediarios o los especuladores les den una mano.
- Producir para el Comercio Justo supone también otras ventajas. Así, **muchas organizaciones de Comercio Justo ofrecen ayuda a los productores**. Este apoyo puede tratarse de formación en métodos de producción, investigación para

desarrollar alimentos orgánicos o usar textiles y otros materiales que preservan el medio ambiente, asesoramiento en materia financiera o administrativa, etc.

- Además, muchas organizaciones de Comercio Justo también **conceden préstamos** (en lugar de donaciones, para no desvirtuar la relación comercial) **para que los productores puedan aumentar su producción**. Con este aumento, hace falta más inversiones y más circulante. Como los pagos adelantados no suelen bastar para esto, y puesto que los bancos no quieren dejar dinero a los productores marginados que son “riesgosos”, las organizaciones de Comercio Justo prestan su apoyo. La relación personal a largo plazo reduce los riesgos de falta de pago y la posibilidad de devolución con productos, hace el préstamo atractivo para ambas partes.
- Una de las ventajas de este tipo de colaboración es que **da a los productores la seguridad necesaria en ellos mismos para abordar un sistema comercial que les parece demasiado complejo y distante**.
- **Otro aspecto positivo son los contactos que crea entre los productores.**

En síntesis, los pequeños productores no se ven marginados de los mercados, son reconocidos por su historia y experiencia, fortaleciendo así su identidad productiva y cultural. Su esfuerzo es premiado con un precio justo y habitualmente mejora su relación con otros actores del comercio convencional.

Los consumidores también se ven beneficiados ya que los productos comercializados a través del Comercio Justo se caracterizan por mayor transparencia, deben incorporar los costos ambientales y sociales asociados a su producción, por tanto, se trata de bienes elaborados con mayor respeto hacia las condiciones del medio ambiente y son obtenidos en mejores condiciones laborales para los trabajadores. Otra ventaja es la posibilidad de reconocer el origen de estos productos.

Criterios de integración a un programa de comercio justo

Productores y organizaciones

Productores con bajo poder adquisitivo o productores aislados

- Productores con problemas de comercialización
- Sustentabilidad de las actividades en lo económico, social y ambiental
- Diversificación de los canales de venta
- Creación local del valor agregado

Organizaciones

Gestión empresarial democrática

- Condiciones sociolaborales dignas

- Igualdad de oportunidades para las mujeres y los pueblos originarios
- Compensación económica adecuada para los productores
- La mayor eliminación o restricción posible de los intermediarios entre el productor y el cliente
- Que apoyan iniciativas socio-económicas cuyos beneficiarios sean principalmente grupos marginales y de poco poder adquisitivo

Productos

Productos de calidad

- Productos para los cuales existe una demanda suficientemente grande
- Diversos productos que reflejen una identidad productiva local o regional
- Productos alimenticios con resolución sanitaria
- Productos de fácil conservación
- Productos envasados en unidades pequeñas
- Productos que cuenten con “Imagen Corporativa” o algo común que les identifique como productos de pequeños productores
- Productos cultivados sin dañar al medio ambiente y a la salud de las personas

Libre Comercio no es Comercio Justo. Al revés, el libre comercio atenta contra el comercio justo.

El mercado no es neutral, es un instrumento económico que puede servir para construir o destruir. Para destruir si está controlado por las grandes empresas, para construir si propicia un intercambio justo de productos y servicios.

Hoy quienes controlan los mercados controlan el mundo

Si usted o su organización está interesado en iniciar actividades de comercio justo contacte con:

BASE Investigaciones Sociales
Tel. 021-451 217

Con el apoyo de ICCO

en el marco de

Semana de Acción Global
10-16 Abril 2005 Estableciendo la agenda popular